ты с клиентами банка. В этом случае работа с клиентами становится адресной, и у последних возникает меньше вопросов по поводу того, что полученное по почте от банка приглашение не является элементарным мошенничеством.

ЗОНТИЧНЫЙ БРЭНД В торговой сети «Мосмарт» появились точки продаж потребительских кредитов. В самом этом событии нет ничего удивительного, так как в большинстве крупных торговых сетей уже давно арендуют площади российские банки, занимающиеся магазинным кредитованием. Уникальность же названного опыта заключается в том, что кредиты выдаются под собственным брэндом, тогда как ни «Мосмарт», ни какая другая его «дочка» банковской лицензией не обладают.

Создание собственного банка требует слишком больших затрат, хотя такой путь и выбрали торговые сети «Седьмой континент» и французский «Ашан», создавшие дочерние банки «Финсервис» и «Аккорд». Такой путь привлекателен для торговых сетей, так как позволяет им получить дополнительный доход и диверсифицировать общую структуру бизнеса за счет развития банковского направления, при этом для сторонних банков это означает, что их могут в перспективе вытеснить из сектора магазинного кредитования.

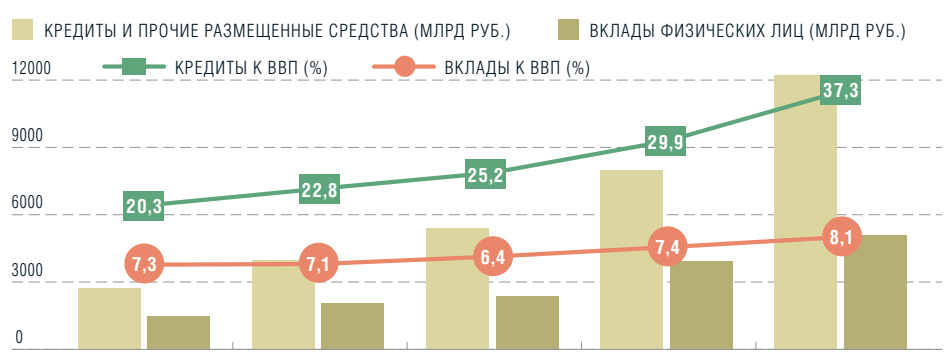
«Мосмарт» предложил более щадящий для банков вариант развития — продавать под собственным брэндом кредиты других банков. В настоящее время в качестве такого банка-партнера выбран GE Many Bank. В целом такая система франчайзинга вполне допускает возможность продажи под единым небанковским брэндом кредитных продуктов одновременно нескольких банков, что в итоге позитивно скажется на их стоимости с точки зрения заемщиков. Также не исключено, что в перспективе под небанковским брэндом могут начать продаваться и другие банковские продукты: автокредиты, ипотека и т. д., не имеющие прямого отношения к стимулированию спроса на товары в торговой сети. В итоге мы получим конфигурацию, при которой под магазинным брэндом целый конгломерат не связанных между собой кредитных организаций станет продавать широкий набор банковских продуктов.

Для коммерческих банков такая схема может оказаться также весьма выгодной, особенно в ситуации, когда собственный брэнд банка существенно уступает брэнду торговой сети. Для малых и средних банков такой путь продаж может позволить им на равных конкурировать с крупнейшими российскими и транснациональными банками.

ИТАР-ТАСС

ПО СУТИ, «МОСМАРТ» ПРЕДЛОЖИЛ БАНКАМ НОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ — ПРОДАВАТЬ ПОД СОБСТВЕННЫМ БРЭНДОМ БАНКОВСКИЕ КРЕДИТЫ. В ПЕРСПЕКТИВЕ МОГУТ НАЧАТЬ ПРОДАВАТЬ И АВТОКРЕДИТЫ, И ИПОТЕКУ

Вместе с тем объединение банков на основе модели франчайзинга не обязательно должно осуществляться под брэндом торговых сетей. Допустимо развитие и исключительно банковских зонтичных брэндов — их создание предполагает соглашение нескольких банков о продаже под единым брэндом, в едином корпоративном стиле и в соответствие с общими тарифами собственных банковских продуктов. В результате небольшие банки укрепят собственные позиции в конкуренции с крупными банками.



ДИНАМИКА КРЕДИТОВ НЕБАНКОВСКОМУ СЕКТОРУ И ДЕПОЗИТОВ НАСЕЛЕНИЯ В РОССИИ ИСТОЧНИК: ЦБ РФ.

ЗАПАС УСТОЙЧИВОСТИ Таким образом, развитие банковской розницы в России находится на том этапе, когда уже виден предел для простого экстенсивного развития банков. Это подтверждается данными банковской статистики, показывающей снижение темпов роста объемов розничного бизнеса. Вместе с тем ограниченность экспансии не означает приближения стационарного состояния банковского ритейла, предполагающего стабилизацию распределения рынка между кредитными организациями.

Очевидно также, что перенасыщенность российского финансового рынка банковскими предложениями будет вести к обострению конкуренции между банками, которая переходит не только на новый уровень, но и в качественно иную плоскость, когда требуется освоение новых банковских инструментов.

Заместитель председателя правления МБРР Дмитрий Ладиков-Роев отмечает позитивные перспективы рынка: «Ждать каких-либо серьезных потрясений для российской экономики и банковской системы не следует. Хотя темпов роста, которые мы наблюдали в 2007 году (70% рост объемов потребительского кредитования), в этом году ожидать не приходится. Впрочем, отечественная банковская система обладает достаточным запасом устойчивости для того, чтобы пережить развивающийся кризис на западных рынках. Мы не успели повторить ошибки развитых стран и наших соседей по СНГ. Заимствования на внешних рынках с избытком покрываются золотовалютными резервами, объем проблемных долгов в банковской системе не является критичным. В российской экономике существуют внутренние резервы долгосрочной ликвидности. Прежде всего — это средства государственных фондов, а также средства населения. Основная задача государства, на мой взгляд, это обеспечить доступ этих ресурсов на долговой рынок». ■

МОСКОВСКИЙ БАНК
реконструкции и развития
МБРР

Ипотечное кредитование

Приобретение жилья на вторичном рынке

Покупка квартир в новостройках

Получение кредита под залог имеющегося жилья на любые цели

Тел.: (495) 225-15-12, 225-15-05
www.mbrd.ru

Реклама

АКБ "МБРР" (ОАО) Генеральная лицензия Банка России №2268 от 12 ноября 2002 г.